

**PENGUNAAN BAHASA INGGRIS DALAM MEMPROSPEK
PELANGGAN DAN PENTINGNYA PENGETAHUAN LINTAS BUDAYA
SEBAGAI SYARAT MENJADI TELESale HANDAL DI KOPERASI
TELKOMSEL WILAYAH VI**

LAPORAN AKHIR



Oleh :

Nina Intania Hastin

NIM : 120010006-G



**PROGRAM STUDI D3 BAHASA INGGRIS
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2003**

LAPORAN AKHIR

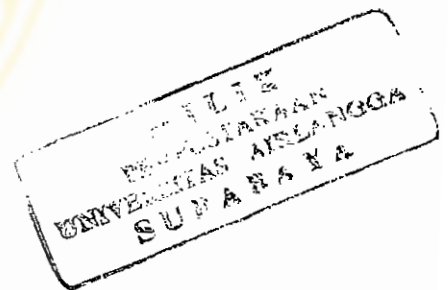
Disetujui untuk diuji

Surabaya, 27 Juni 2003

Pembimbing



Dra. Siti Eko Widjajati, M.S



Laporan ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji pada tanggal

Surabaya, 11 Juli 2003

Panitia penguji terdiri dari :

Dosen Penguji I



Dra. Siti Eko Widjajati, M.S

Dosen Penguji II



Ema Faiza, S.S

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Untuk menjadi *telesale* yang handal, *Agent* di KiSEL harus memiliki kemampuan dasar memprospek pelanggan sehingga *Agent* dapat menjadi *telesale* handal yaitu: kemampuan berkomunikasi, olah vokal yang baik dengan menggunakan pernafasan diafragma sehingga suara yang dihasilkan tidak terlalu pelan atau keras dan enak di dengar, menguasai *product knowledge*, mendengar aktif, *data base* yang bermutu, *maintaining* pelanggan dengan selalu memelihara hubungan baik dengan pelanggan, kreatif dan inovatif memprospek pelanggan dan menghindari kesalahan-kesalahan dalam penjualan.

Selain itu, penguasaan bahasa Inggris yang baik dan mudah dipahami sangat penting dalam memprospek pelanggan terutama pada saat penjelasan tentang kelebihan kartuHALO. Tahap-tahap memprospek dengan menggunakan bahasa Inggris secara umum adalah: salam dan memperkenalkan diri (*Greetings*), memperkenalkan kartuHALO dan kelebihanannya, memberikan daftar nomor kartuHALO dan menutup pembicaraan (*Closing*).

Penguasaan bahasa Inggris tidak menjamin bahwa *Agent* akan dengan mudah membangun hubungan dengan pelanggan asing atau ekspatriat karena selain penguasaan bahasa Inggris, juga dibutuhkan pengetahuan tentang lintas budaya. Kesalahpahaman sering terjadi karena latar belakang yang berbeda, misalnya pada saat pelanggan asing memberikan pujian dan dibalas dengan

penolakan pujian dari pihak *Agent* dan juga pemberian respon pada saat melakukan percakapan yang memberikan kesan menghargai. Saat pelanggan asing banyak bertanya dan mencari informasi sebanyak-banyaknya, mereka sering tidak menemukan jawaban yang memuaskan. Penggunaan bahasa Inggris yang baik dan benar bagi orang yang berasal dari Inggris adalah bentuk suatu penghargaan dan mereka merasa lebih dihargai jika orang yang berkomunikasi dengan mereka dapat menggunakan bahasa Inggris dengan baik dan benar.

Pengetahuan budaya juga penting dalam pemberian barang-barang promosi contohnya adalah orang Cina menganggap jam adalah pembawa sial, orang Arab yang beragama Islam menganggap anjing dan babi adalah hal-hal buruk dan tidak bersih, orang Jerman yang menganggap mawar merah adalah simbol cinta dan barang promosi atau hadiah yang diberikan seperti topi, kaos dan jam tangan yang sebaiknya disesuaikan dengan kondisi fisik pelanggan asing atau ekspatriat yang berbeda dengan kondisi fisik orang Indonesia.

Dengan memperhatikan hal-hal diatas, *Agent* di KiSEL akan menjadi *telesale* handal dan dapat membina hubungan yang baik dengan pelanggan ekspatriat, sehingga dapat meningkatkan penjualan kartuHALO dalam pencapaian target penjualan sebagai tolak ukur keberhasilan kerja dari KiSEL wilayah VI.